



株式会社コマースOneホールディングス

(東証グロース：4496)

事業計画及び 成長可能性に関する事項

2023年11月14日

免責事項および将来見通しに関する注意事項

本資料に記載されている将来に関する業績予想は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想値であり、不確実性やリスクを含んでおります。そのため実際の結果は様々な要因によって業績予想と異なる可能性があります。

なお、『事業計画及び成長可能性に関する事項』のアップデートは今後2024年6月を目途として開示を行う予定です。

また、本資料に記載されていない事項については、2023年6月29日に開示した「事業計画及び成長可能性に関する事項」から変更ありません。

目次

1.	目指す姿	P.04
2.	中期経営計画概略	P.08
3.	中期経営計画	P.11
4.	財務戦略	P.28
5.	人的資本戦略	P.35
6.	ビジネス概要	P.37

1

目指す姿

グループミッション



わたしたちの目指す姿

テクノロジーを活用する人の力を
最大化させるプラットフォーム



わたしたちの目指す社会

誰もが自己実現を追求できる
フェアな社会の実現

グループアセットポートフォリオ

コマース支援を通じた 企業のDX・生産性向上

DX(デジタルトランスフォーメーション)



各プロダクトが
保有する
テクノロジー
& データ



各社のノウハウを
統合した
コンサルティング

フロントエンドプロダクト

SaaS型Eコマースプラットフォーム

 futureshop

 omni-channel

Web接客ソリューション


WhatYa

安心取引

信頼とあんしんのマーク

バックエンドプロダクト

販売管理・在庫管理ソフト



データベース支援

Fast Connector[®]



創業からの軌跡

2006年～2014年

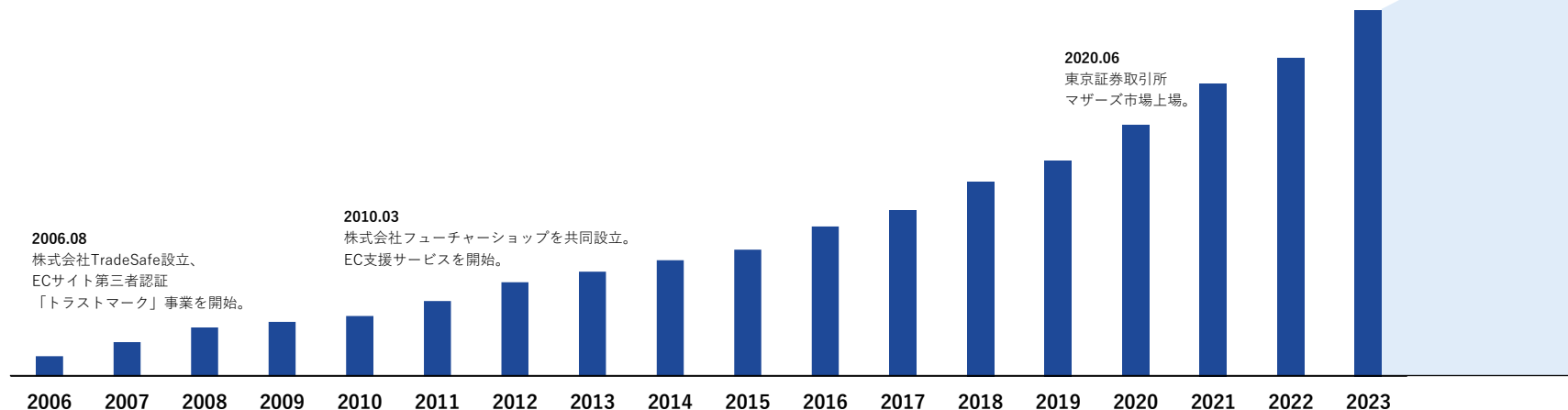
創業～事業立ち上げ

2017年～2020年

事業拡大、
ホールディングス化へ

2022年～

さらなる成長へ



2012.12
株式会社フューチャーショップを完全グループ会社化。

2014.7
株式会社ソフテルを完全グループ会社化。

2017.09
株式会社TradeSafeの事業を会社分割してグループ会社化、株式会社TSホールディングスに社名変更。

2019.12
株式会社コマースOneホールディングスに社名変更。

2022.11
SAMURAI TECHNOLOGY株式会社を完全グループ会社化。

2023.03
株式会社空色をグループ会社化。

2

中期経営計画概略

中期経営戦略骨子

コア事業の成長

FRONT

価値創造を可能にする機能強化 / サービス事業領域を拡大

BACK

SaaSソリューションの提供

成長事業

共創シナジー

マルチチャネル対応した
SaaS型Eコマースプラットフォームへ

多店舗展開事業者のマルチチャネルEC戦略を支援。
マルチチャネルデータ活用 / マルチチャネルマーケティング /
コンサルティング

新規事業

事業共創

事業共創プラットフォーム / インキュベーション



2027年3月期目標

連結 コマースOneホールディングス

単位：百万円

	2024年3月期 開示予算	~	2027年3月期 定量目標	CAGR
売上高	3,358		5,411	15%
営業利益	488		1,011	27%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	336		681	26%
ROE	13%		20%	-

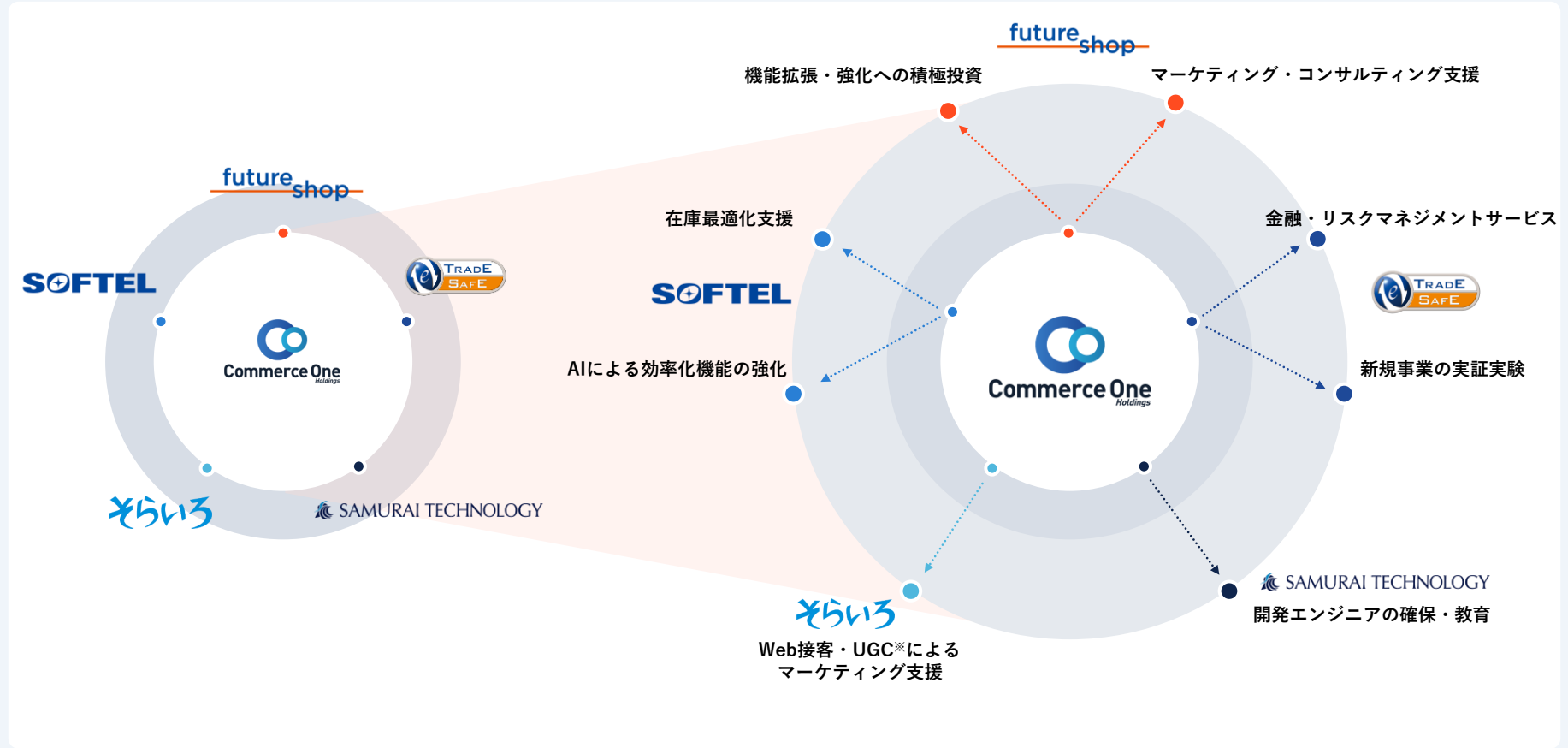
EC市場の状況

国内EC市場の成長は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響によって急激に伸長。その後、2022年度以降は経済活動が正常化するにつれ緩やかになったが、堅調に推移している。当社グループが属する国内EC市場は2023年から2027年までにかけて年平均10.3%の成長率が見込まれ、持続的成長が予測される。

※参考：総務省「令和5年情報通信に関する現状報告の概論」

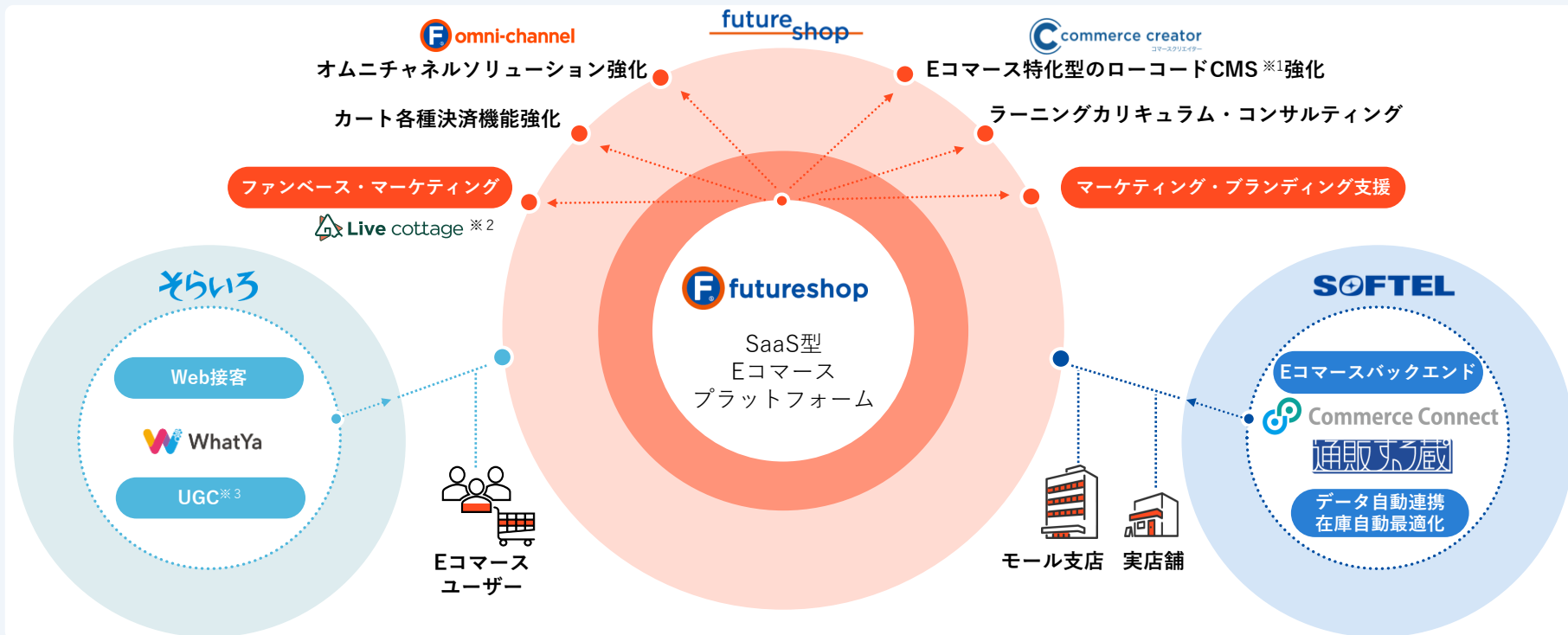
3

中期経営計画

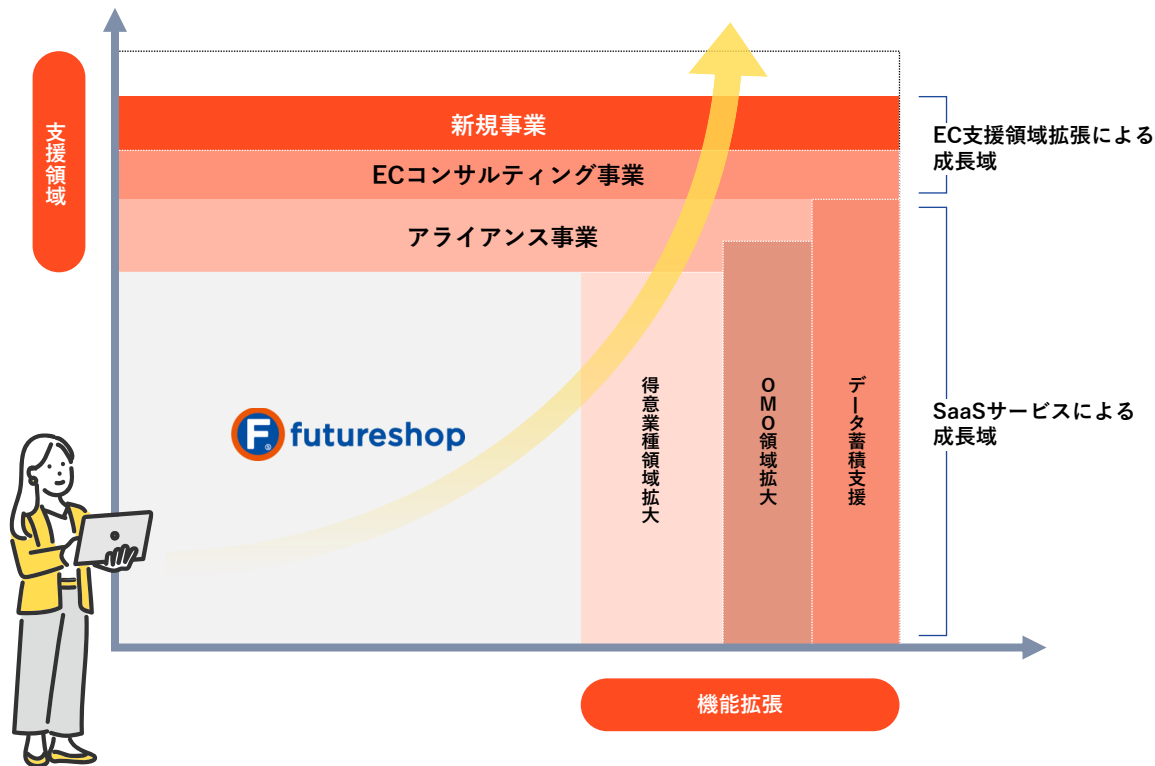


中期成長方針

グループ各社の専門性の高いサービスを「futureshop」に取り入れ、より強いプラットフォームを実現。
グループ各社は「futureshop」の顧客基盤を活用。



フューチャーショップの成長戦略



機能拡張によるターゲット領域拡大

- 食品業界への拡大
- OMO*領域のビジネス拡大
- マルチチャネルデータ活用による機能拡張

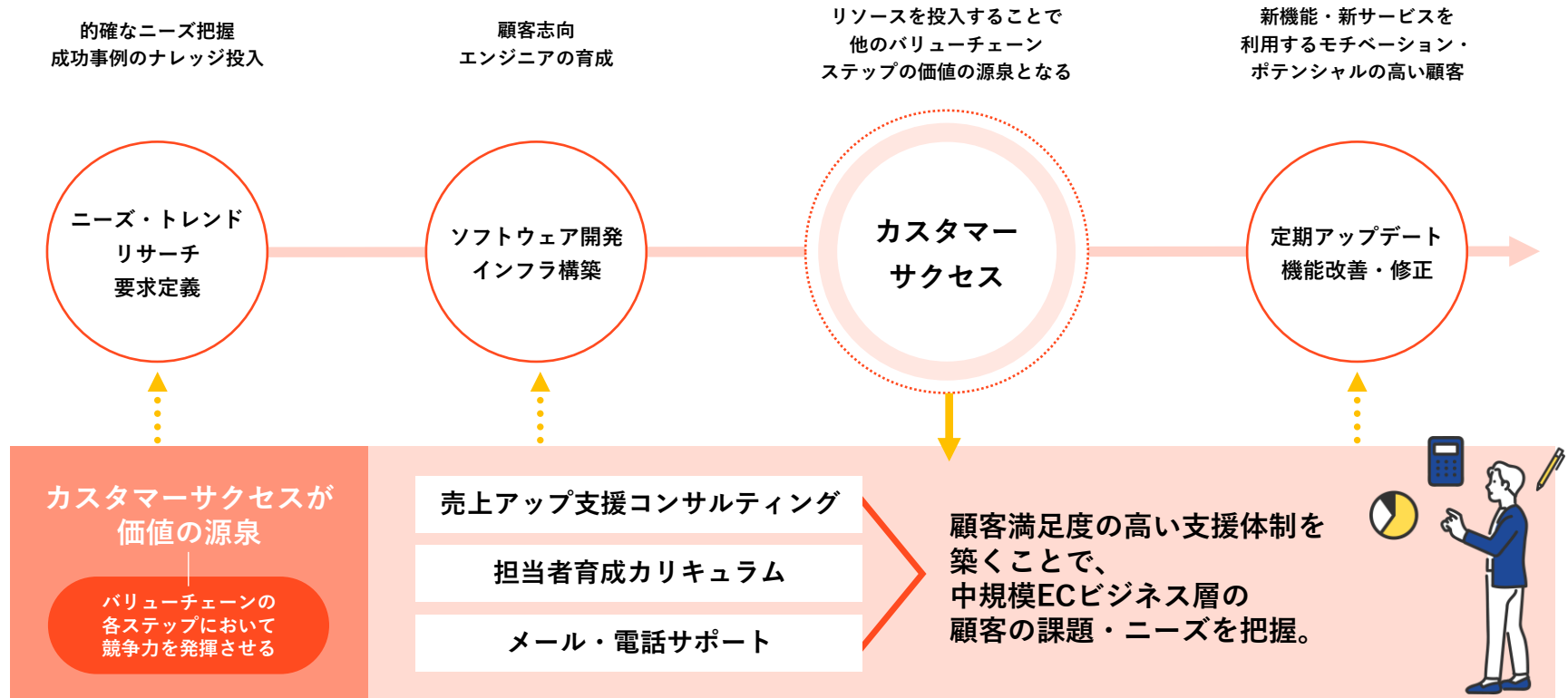
カスタマーサクセスのノウハウを活かし、支援事業領域を拡大

- EC周辺支援サービスとのアライアンス事業を拡大
- ECコンサルティング事業参加

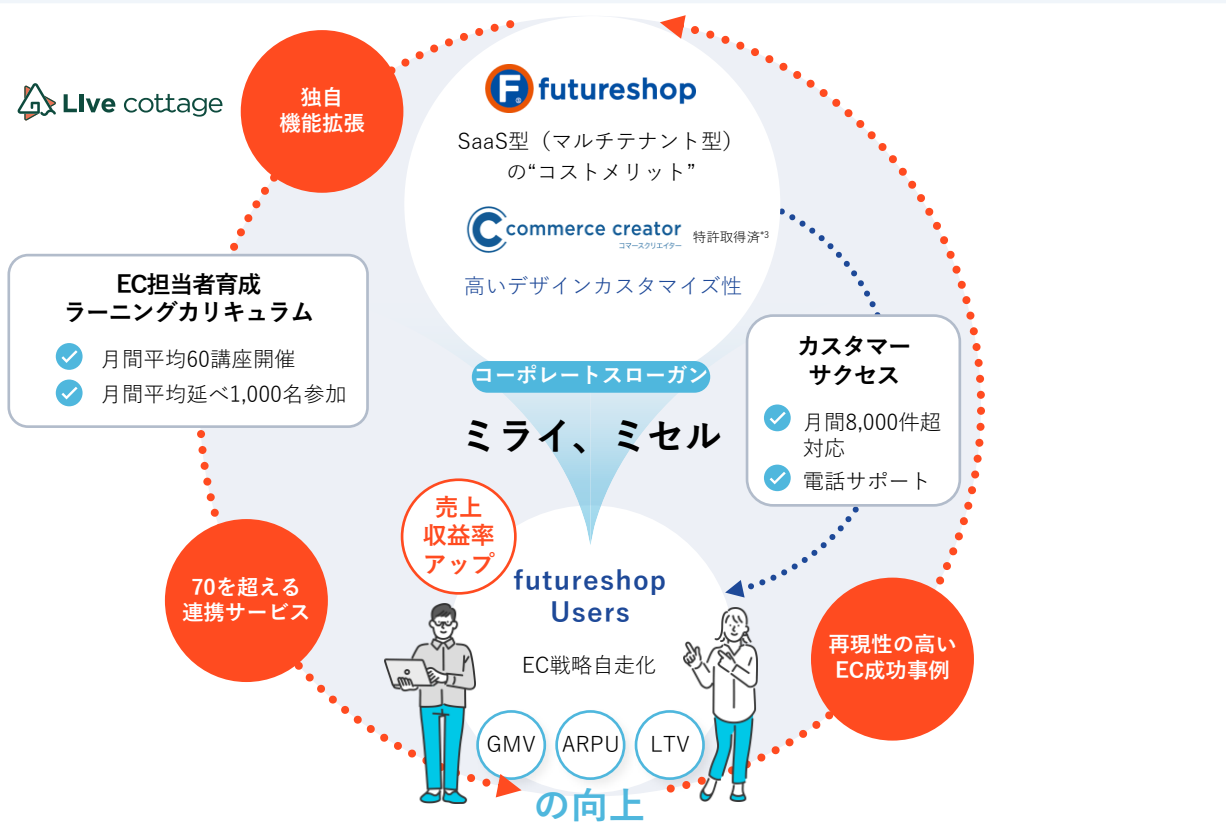
新規事業領域

- ファンマーケティングを実現するライブコマース
- プラットフォーム事業の拡大

futureshopのバリューチェーン



フューチャーショップの成長サイクル



顧客^{※1}のGMVを伸ばし、 ARPU・契約継続率の向上を 生み出す循環型ビジネスモデル

マルチテナント型でプラットフォームを提供することで高収益性を実現。

特許取得済みEC特化型ローコードCMS^{※2}
^{※3}と、圧倒的なカスタマーサクセスプロセスが顧客の競争力を育み、再現性の高いナレッジを蓄積。

※1 当社グループのサービスを利用する事業者
 ※2 ローコードCMS：必要最小限のソースコードを用いた、コンテンツ管理システム
 ※3 特許登録済 特許第6619478号

フューチャーショップの競争優位性

— 顧客に選ばれる理由

- 設計自由度の高さ

- ローコードCMS「commerce creator」

- ECサイトの導線設計の柔軟さ、およびブランドの世界観を表すデザインを実現。

- ROIの高さ（コストメリット）

- 月額固定料金モデル

- コストメリットのある月額固定料金モデルであり、ROIが高い。

- 拡張性と安定性

- 70を超える外部支援サービスとの連携

- システム連携確認が取れた多数の外部サービスを安心して利用できる。

- サポート力

- ナレッジが蓄積されたカスタマーサポートとラーニングカリキュラム

- 変化スピードの早いマーケティングとテクノロジートレンドを常に収集・習得が可能となり、常に最先端を取り入れることができる。

- EC自走力の強化

- 習得の容易さと依存リスクの低減

- プログラミング・システム開発の知識は必要なく、オペレーションの習得によってカスタマイズアイデアを発揮できる。開発会社や人材依存リスクを低減できるとともに、社内人材を育成し、EC戦略の自走化が可能。

— ビジネスモデルの競争優位性

- ROIの高いサービスモデル

- マルチテナント型/SaaSモデル

- 開発投資を効率的に回収することが可能。（2023年3月期粗利率：58.5%）

- 再現性と伴走力

- カスタマイズ性とメンテナンス性の高さ

- EC事業者の中規模層をコア顧客層とし、「ノーコードで簡単に」ではなく「ローコードで容易に習得可能」なプロダクトを提供。プログラミングを使わないため、自由に個性を発揮したECサイトでも、カスタマーサポートでの解析が可能。

- 拡張性と安定性

- 70を超える外部支援サービスとの連携

- システム連携確認が取れた多数の外部サービスを安心して利用できる。

- 市場への影響力

- 成功事例の創出

- EC事業者の中規模層の企業アイデアを実現できるプロダクトのため、成功事例を多く創出。（顧客の16%が自社EC年商1億超）によって、顧客にメリットをもたらす効果的なアライアンス契約を締結し、市場に一定の影響力を保つことができる。

- 成長とともに高くなる顧客のROI

- 月額固定料金体系

- 従量制課金モデルではなく、月額固定料金モデルであるため、顧客が成長し大きな収益を上げるようになればよりROIが高くなり、解約リスクは低い。

futureshopの顧客サポートの強み

顧客との深い関係構築

futureshopの顧客サクセスは、中規模ECビジネス層の課題やニーズをダイレクトに把握。顧客と伴走する支援体制で、顧客ロイヤリティの高さと長期的な収益の安定性を保証。

顧客満足度の向上

顧客から直接フィードバックを受け取ることで、的確なニーズを把握し、サービス改善や新しい機能の開発を速やかに進める。これにより、futureshopのサービスは常にトレンドにのり、EC市場を牽引。

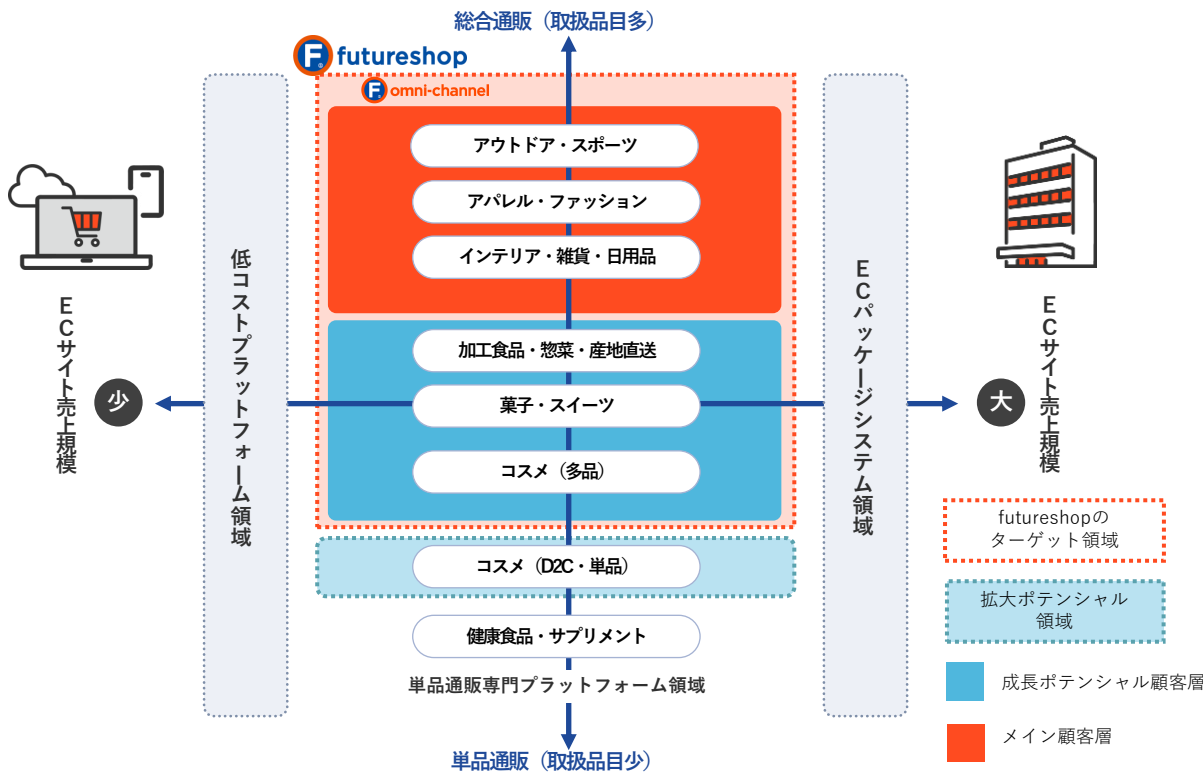
効率的な顧客の獲得

高い顧客満足度と低いチャーンレートの結果、口コミや紹介を主要な顧客獲得手段として活用。高額なマーケティング費用を大幅に削減しながら、新規顧客の確保も可能。

未来の成長機会

成功した顧客の成長ドライバーをナレッジとして蓄積し、他の顧客へ還元すべく新しいサービスや機能を開発。futureshopの将来的な成長戦略の基盤となる。

顧客から堅実な成長と持続的な収益性を享受

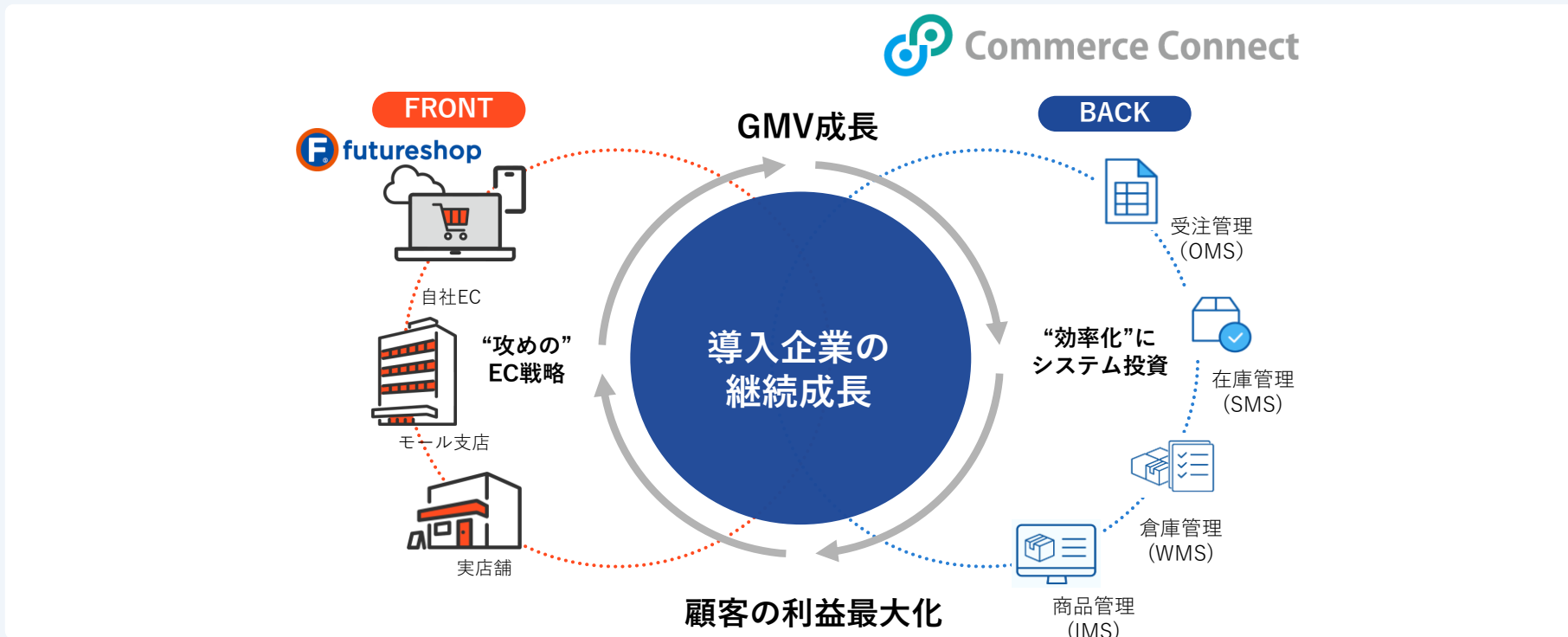


ECサイトの業種と 売上規模による futuresshopのポジショニング

Commerce Connect

多店舗管理機能をSaaS型で提供。

カスタマイズ要望が多い機能をモジュール化することで拡張性が高まり、事業成長を促進させる。



futureshop × commerce connect マルチチャネルデータ活用支援

futureshopとcommerce connectの共創シナジーで、
進化したマーケティングサポートと戦略コンサルティングへ

futureshop × Commerce Connect

マルチチャネル データ分析

一覧性に優れ、
一元的な確認・分析が可能な
ダッシュボード

マーケティングサポート

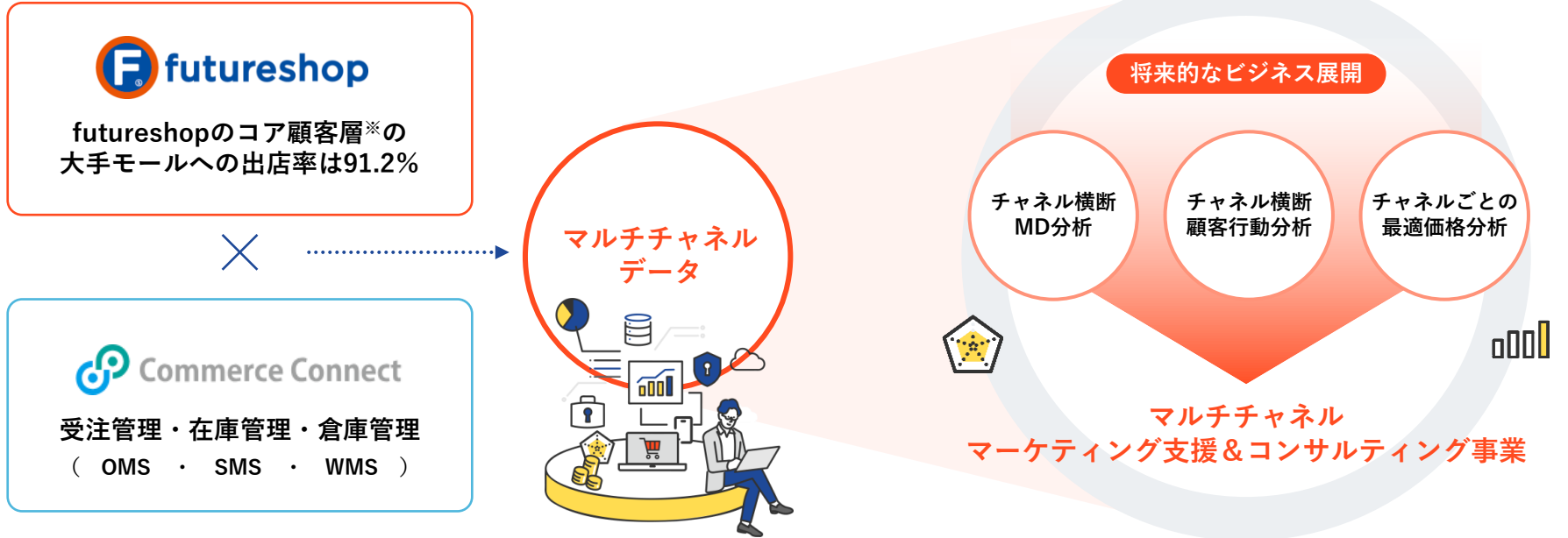
戦略コンサルティング

- 各モール動向にあわせた動的価格設定の最適化
- 高ROIを可能にする効果的なプロモーション
- MD戦略の最適化



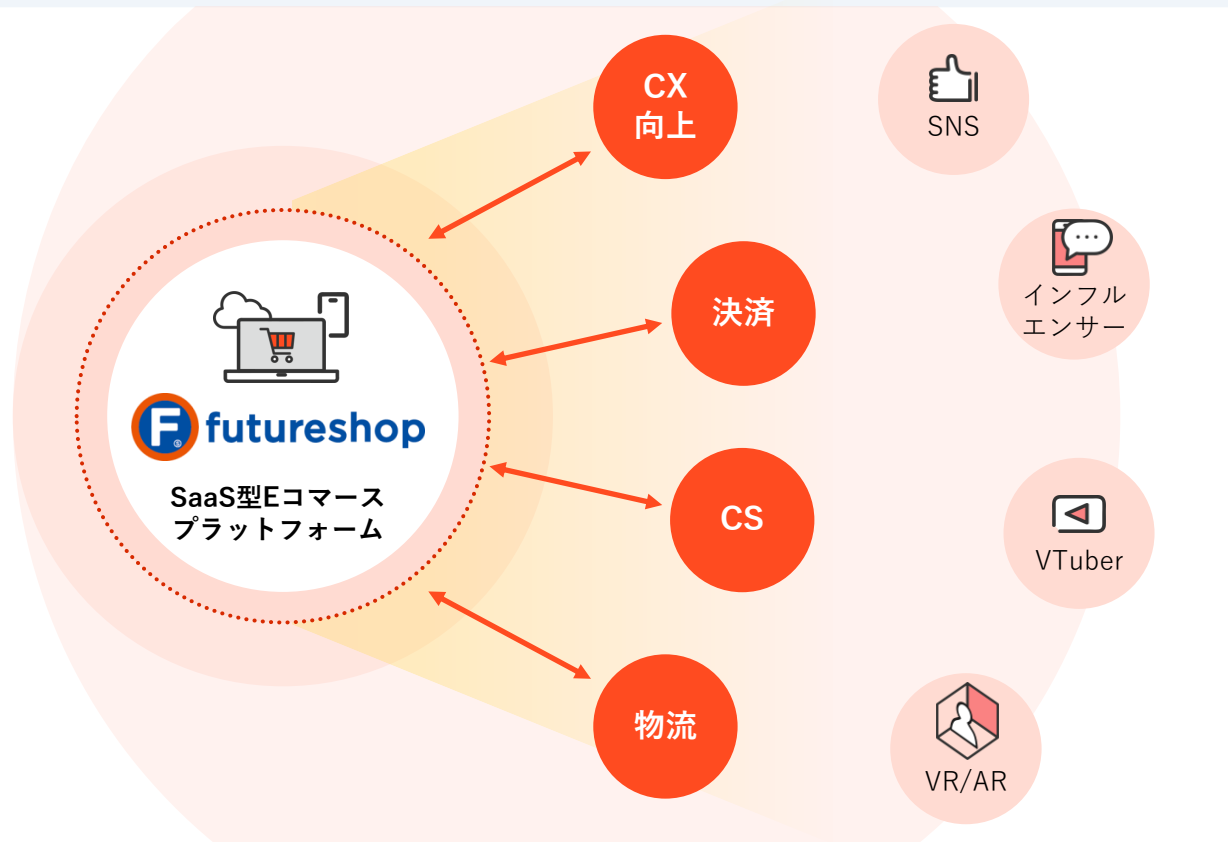
futureshop × commerce connect 共創シナジー

futureshop顧客の自社ECサイトデータだけでなく、出店する大手ECモールの売上/顧客データと連携しEC戦略の包括的マーケティング支援&コンサルティング事業への拡大が実現。



※ 中規模層以上のEC事業者

futureshopのアライアンス：プラットフォーム連携



幅広いプラットフォームと連携することで、顧客の多様なニーズに対応

自社サービスを構築するよりも開発費用や時間を抑える連携によって、さらに多くの価値を創造し潜在的なニーズに応える。

futureshopのアライアンス事業の強み

高成長の新たな収益源:

futureshopのアライアンス事業は、2020年度～2022年度で3.5倍の成長を遂げている。
新しい収益の柱としてのポテンシャルがあり今後も持続的に成長。

多岐にわたる連携サービス

CRM^{※1}やMA^{※2}、物流サービス、OMS^{※3}、アパレルEC向けサービスなど、幅広い連携サービスを展開。
顧客の多様なニーズに対応し、一層の付加価値を提供。

強固な顧客関係の活用

futureshopが特に重点を置くカスタマーサクセスの取り組みが、アライアンス事業の成功に大きく寄与する。
深く強固な顧客関係を活かし、アライアンス先のサービスを効果的に推薦し顧客に新しい価値を提供。

収益の安定性

アライアンス先からのフィーの収入は、futureshopの収益構造を多様に進化させ、より安定させる。
また、LTV^{※4}を高めることで、事業の持続的な成長に寄与。

空色が開発するUGC※1ソリューション

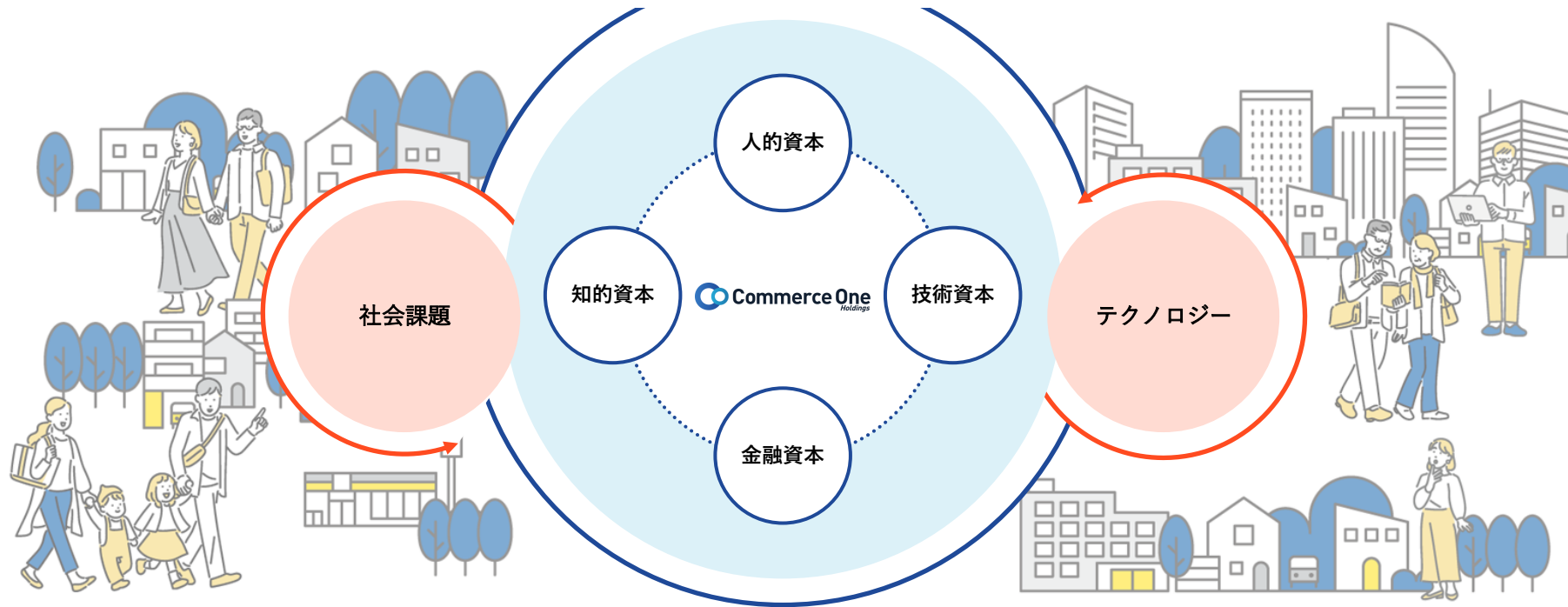
futureshop向けのOEM開発を進行し、グループのGMVやARPUを高めるとともに本ソリューションの競争力自体も高め、他社ECプラットフォームへの展開を実施。



テクノロジーを活用する人の力を最大化させるプラットフォーム

次世代の価値創造へ

社会課題・テクノロジー・資本を有機的に結び付ける共創シナジー



認識するリスク

	リスク概要	顕在化の可能性	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
国内EC市場の動向	国内経済環境の悪化等に伴い国内EC市場の成長率が鈍化、または停滞した場合に、EC事業者の業況悪化を通じ当社グループの経営成績が悪化する可能性	中	大	新たなプロダクトのリリース、既存機能の強化、D2C化を目指すEC事業者へのバックアップによるEC市場の活性化等の施策を行うことで対応
EC市場特有のマーケットリスク	新たな法規制の導入によるEC事業者の撤退や拡大スピードの鈍化、通信・ロジスティクスコストの増大が、EC事業者やEC利用者にとって影響を及ぼす可能性	中	大	制度改正のモニタリングおよび関連省庁へのパブリックコメント等を通じ必要に応じた対応
インターネットインフラへの依存	システムへの不正手段侵入、想定を上回るアクセスによるシステム障害、自然災害および火災・事故・停電等の予期せぬ事象の発生に起因するサーバーダウンによるサービス停止の場合には、社会的信用やブランドイメージの低下、損害賠償金の支払等により経営成績に影響を及ぼす可能性	中	中	各種セキュリティ対策の強化およびセキュリティ意識向上のためのセミナー開催等に対応
競合	競合他社がサービスを模倣・追随し、差別化が難しくなるような場合には、競争優位性が低下すると共に、経営成績に影響を及ぼす可能性	中	中	健全な競争のもとで、他社よりも優れたサービス・プロダクトを展開していくことで対応
技術革新	技術革新に対応するため様々なバージョンアップや新サービスの開発を進めているが、それらへの対応が遅れた場合は、サービスの陳腐化により経営成績に影響を及ぼす可能性	中	中	取締役会・各社開発メンバーを中心とした情報共有・情報交換や顧客ニーズに即したサービス展開により対応
自然災害等	新型コロナウイルス感染症の流行の長期化は、EC事業者が保有する実店舗での業績悪化による解約、EC事業者の流通額の減少、直接顧客訪問ができないことでの新規営業活動が想定通りに進まなくなるといったリスクを引き起こすと考えられる。これらが顕在化し、既存取引先の減少や新規取引先の獲得ができなくなる場合、業績および今後の事業展開に影響を与える可能性	中	大	実店舗とECサイトの融合推進、在宅勤務体制、エンジニアの多拠点配置等のコロナ禍においても有効・効率的な施策を実施することで対応
中小事業者向けサービスであること	顧客基盤はすそ野が広く規模が小さく信用度が低い顧客も存在するため、新たな法規制や経済環境の激変等によって大量の企業が破綻した場合には事業および業績に影響を及ぼす可能性	低	中	偏りのない多業種からなる顧客ポートフォリオや各種店舗支援、スピード感を活かした経営で対応

4

財務戰略

財務戦略骨子

企業価値最大化を図る



株主還元

配当

配当性向30%※

自己株取得

機動的に実施

内部留保

成長投資を積極的に実施し
中長期のEPS成長を加速させる
ことで株主還元を拡大



資本構成

事業成長と企業価値向上のための
最適な資本構成を構築



成長投資

コア事業

人材投資を源泉とした
機能・プロダクト・事業領域の拡張

新規事業

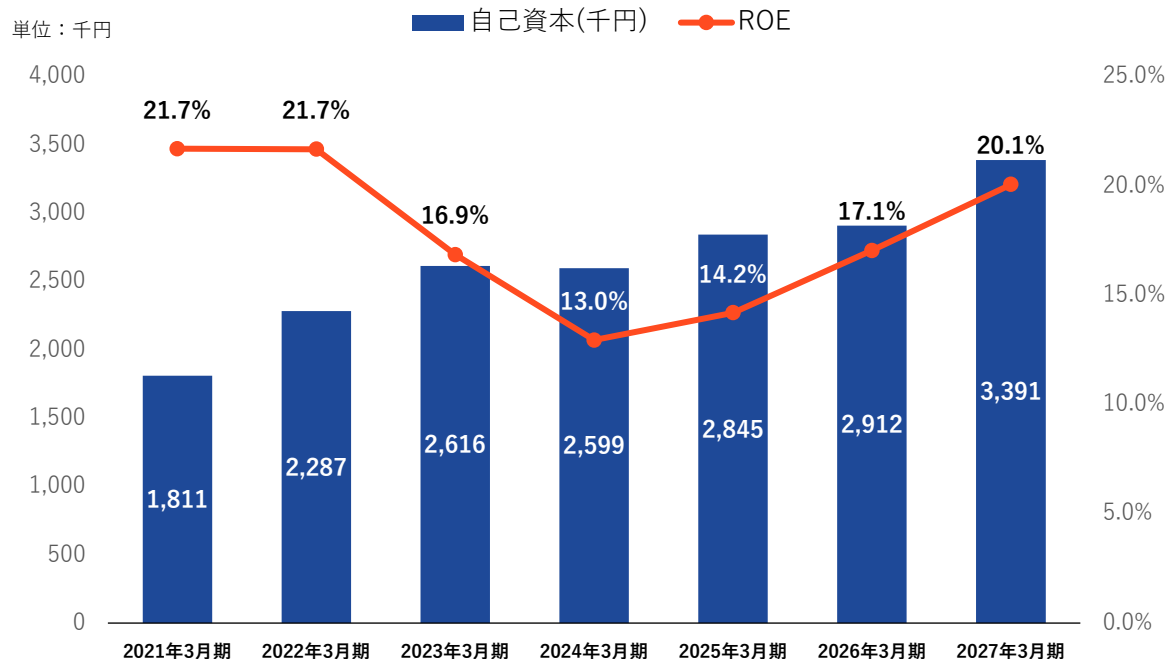
積極的かつ戦略的に実施

※ 親会社株主に帰属する当期純利益に対する配当性向30%

サステナブルな成長の実現

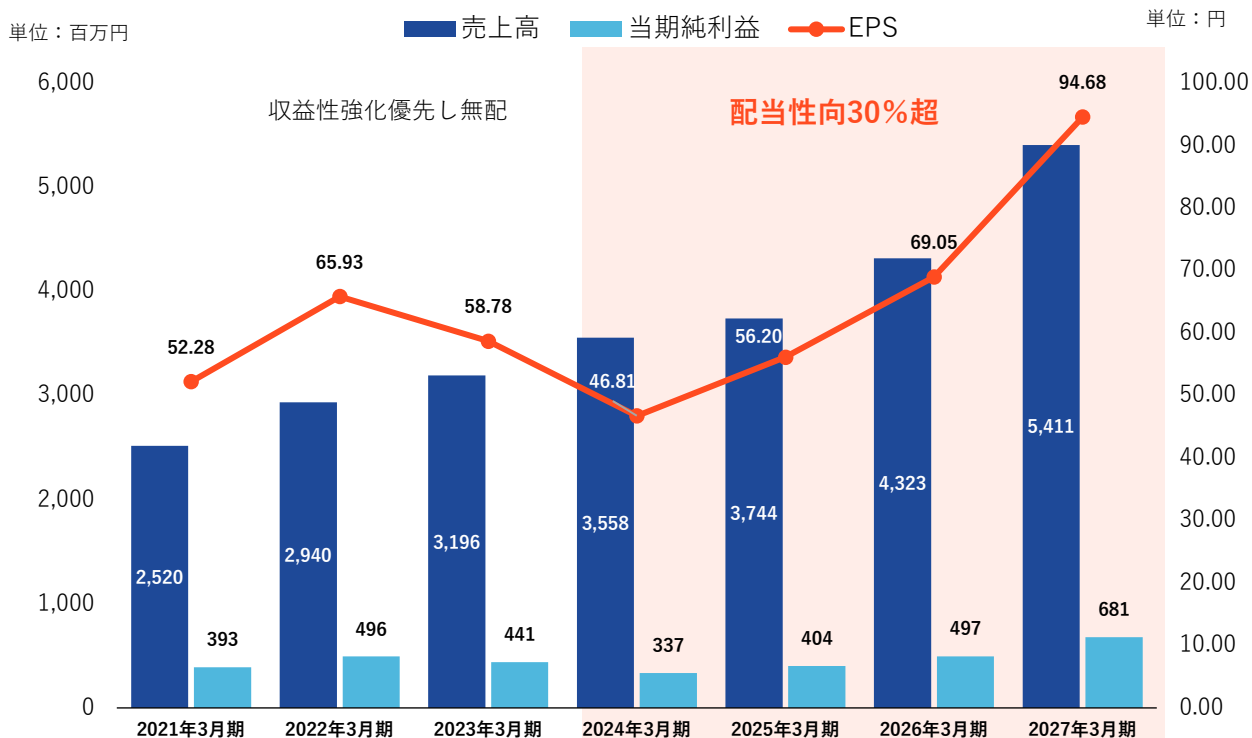
ROE 20%目標

ROE推移



コア事業の収益性を
向上させながら
資本効率を重視して投資

事業成長と資本政策により
ROEを向上させる

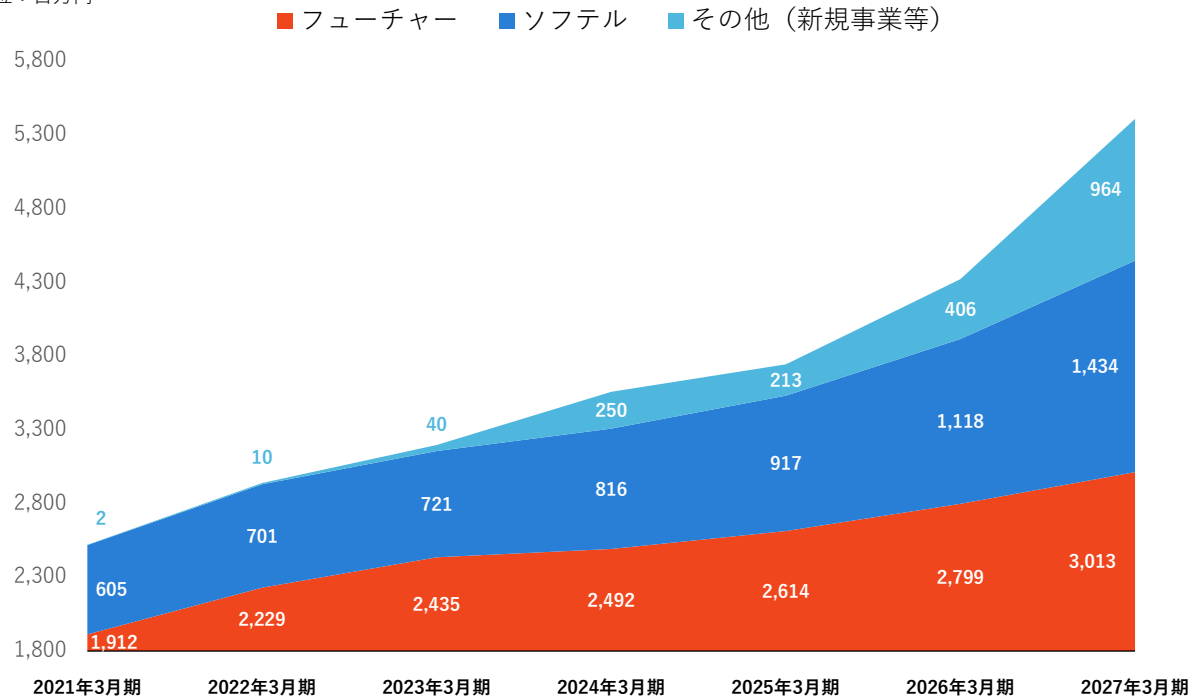


内部留保の確保と株主還元の
バランスを考慮した上で実施
安定的に収益を確保できると
予測し配当性向30%超を目標

計画における配当イメージは左図の通り。

売上高推移

単位：百万円

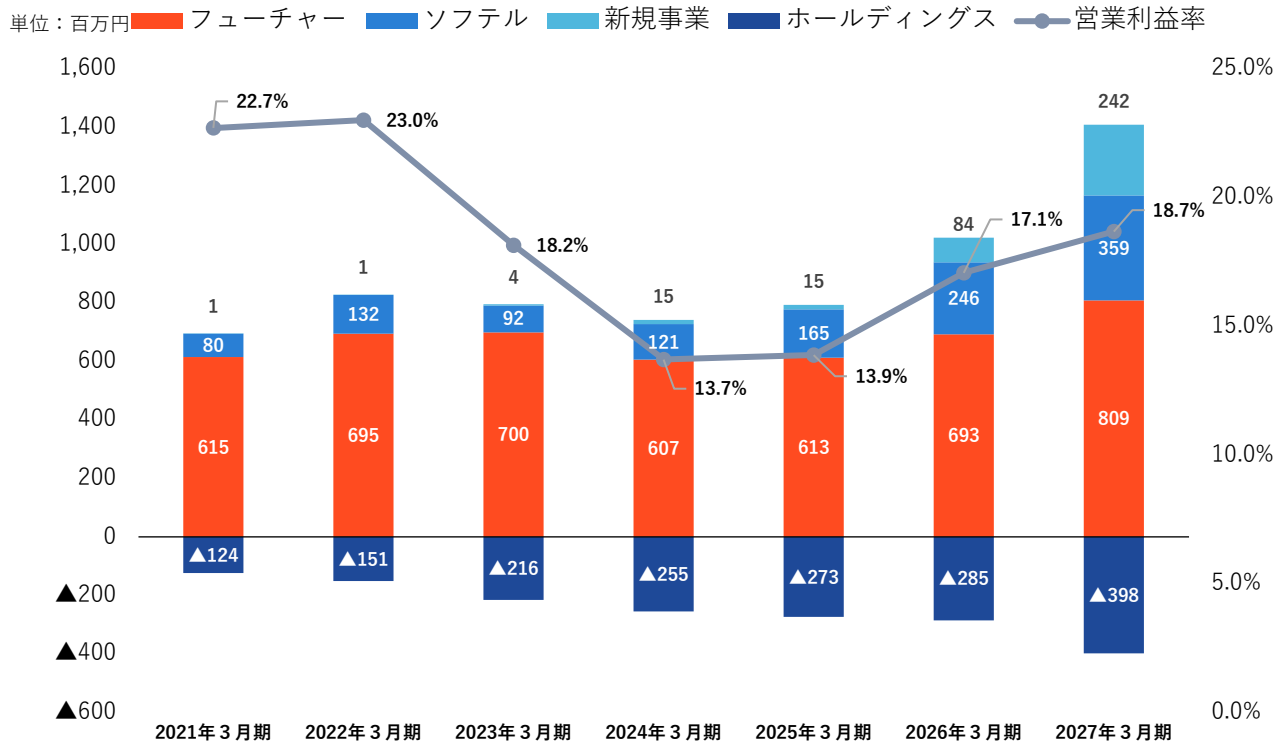


グループ全体では
売上高成長率は2024年3月期から
2027年3月期にかけて
年平均成長率15%程度を計画。

当社の主要なグループ会社の成長率は
以下のとおり

- ・フューチャーショップ：6.5%
- ・ソフテル：20.7%

営業利益推移

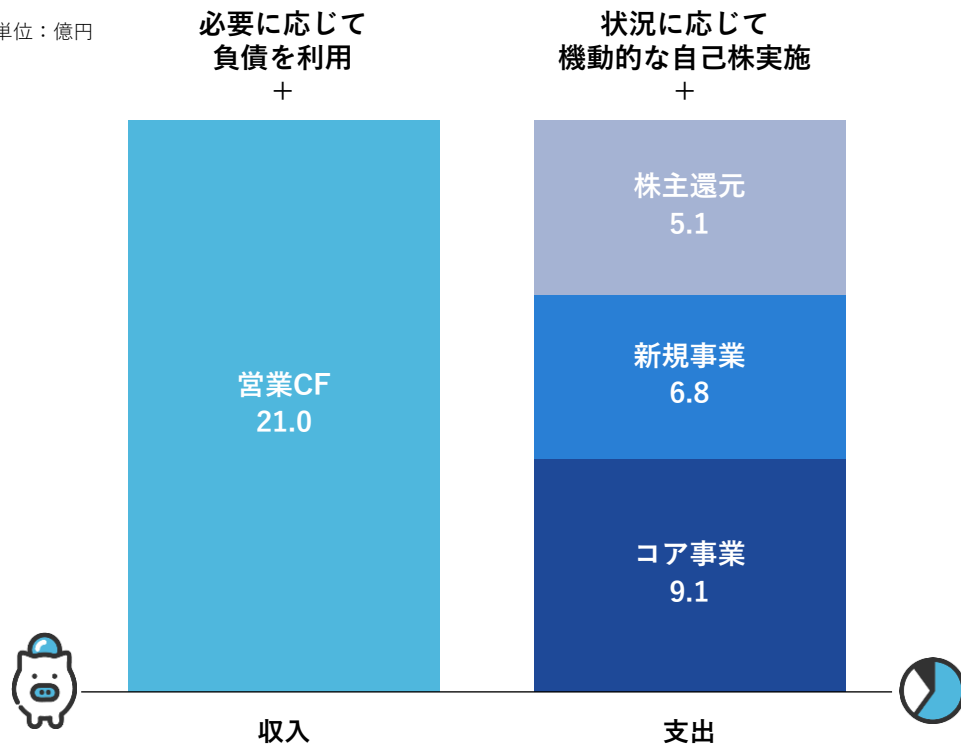


成長戦略の実行をもって、利益目標を達成していく。

2025年3月期以降は、主にフューチャーショップの機能拡張、支援領域拡大、ソフテルとのcommerce connectによる共創シナジーの発揮により増益を見込む。

キャッシュ・アロケーション 2025 – 2027累計

単位：億円



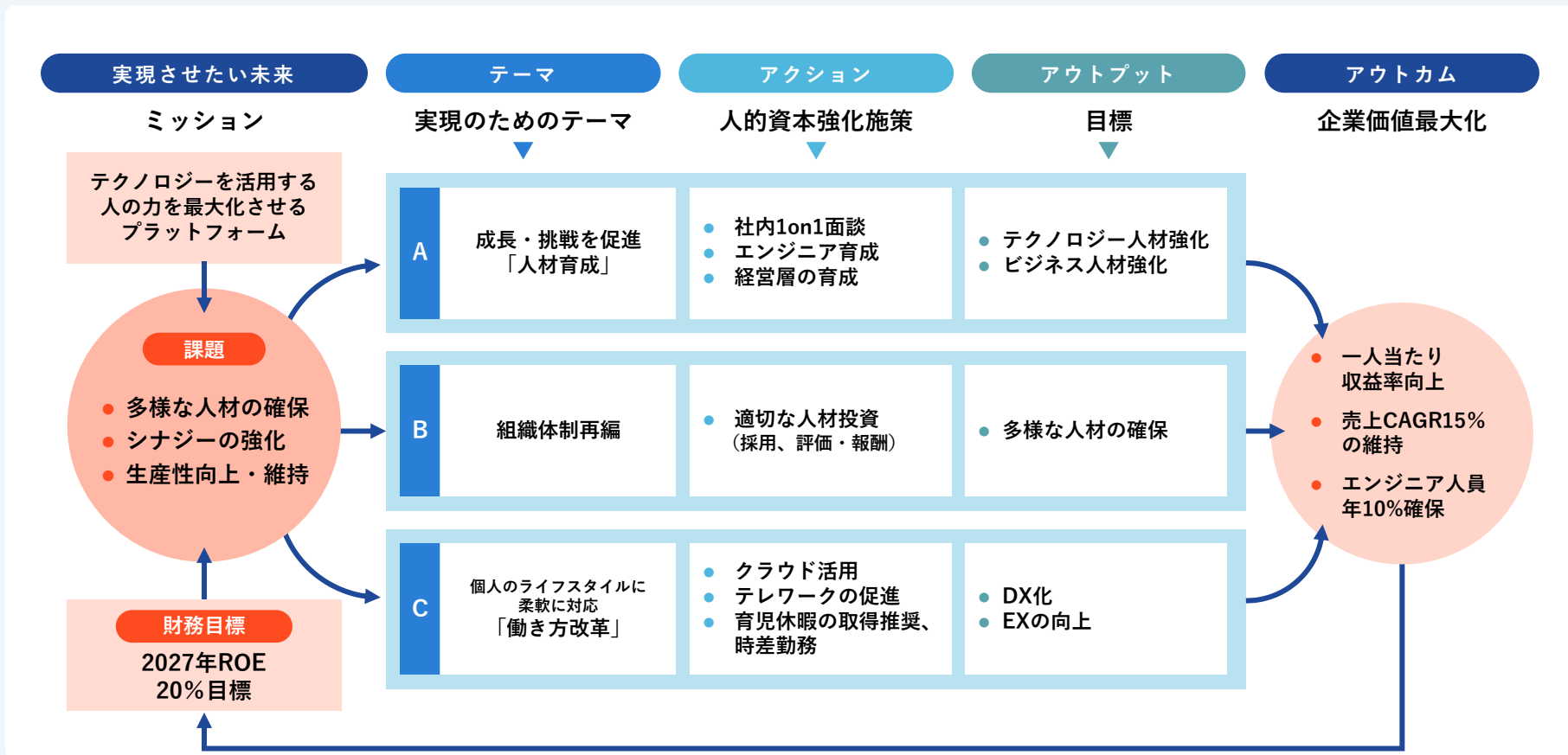
**企業価値向上に向けた戦略的な
費用投入や投資を実行。**

コア事業・新規事業・株主還元の
バランスを考慮して投資していく。

5

人的資本戰略

人材戦略策定



6

ビジネス概要

future shop

株式会社フューチャーショップ

経済合理性の高いマルチテナント・ノンカスタマイズのSaaS型ビジネスモデル

全ての顧客でソフトウェアやサーバ環境を共有する**SaaS型モデル**



スタートアップ
フェーズの顧客
から年商数十億円の
顧客まで、全顧客が
同じ環境・同じソフト
ウェアで稼働

SaaS型モデルの3つの優位性



安心の セキュリティ

容易なシステムアップデート
最新のセキュア環境を提供



迅速な バージョンアップ

顧客個別の開発・運用なし
効率的な機能開発・バージョン
アップ



満足度の高い サポートの提供

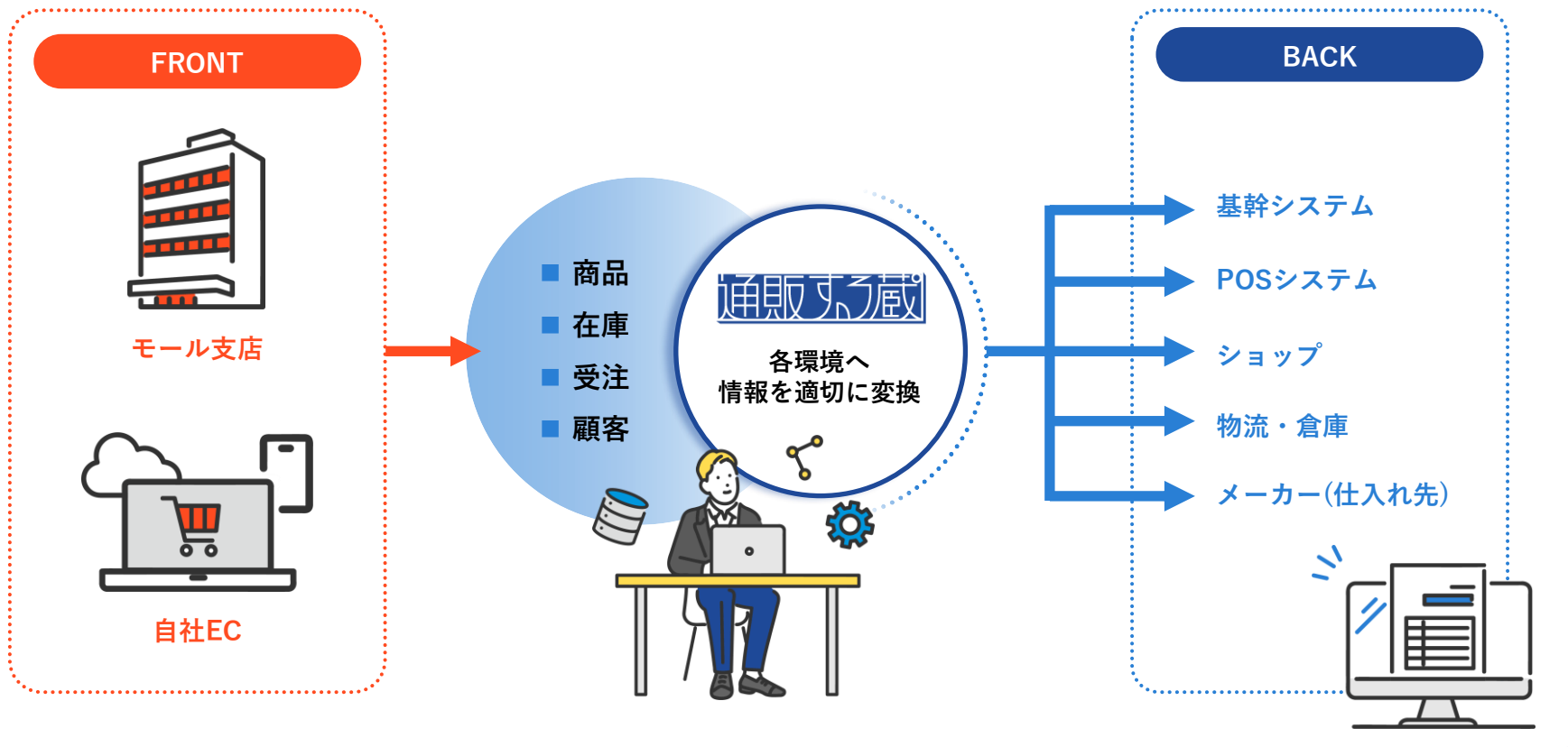
顧客固有の仕様なし
満足度の高いサポートを提供

開発リソースが最大限に利益化されエンジニアをプロダクト開発に集中させられるため離職率も低い
全ての顧客が同じ環境であるため、成功パターンナレッジを蓄積・共有がしやすく、再現性も高い

SOFTTEL

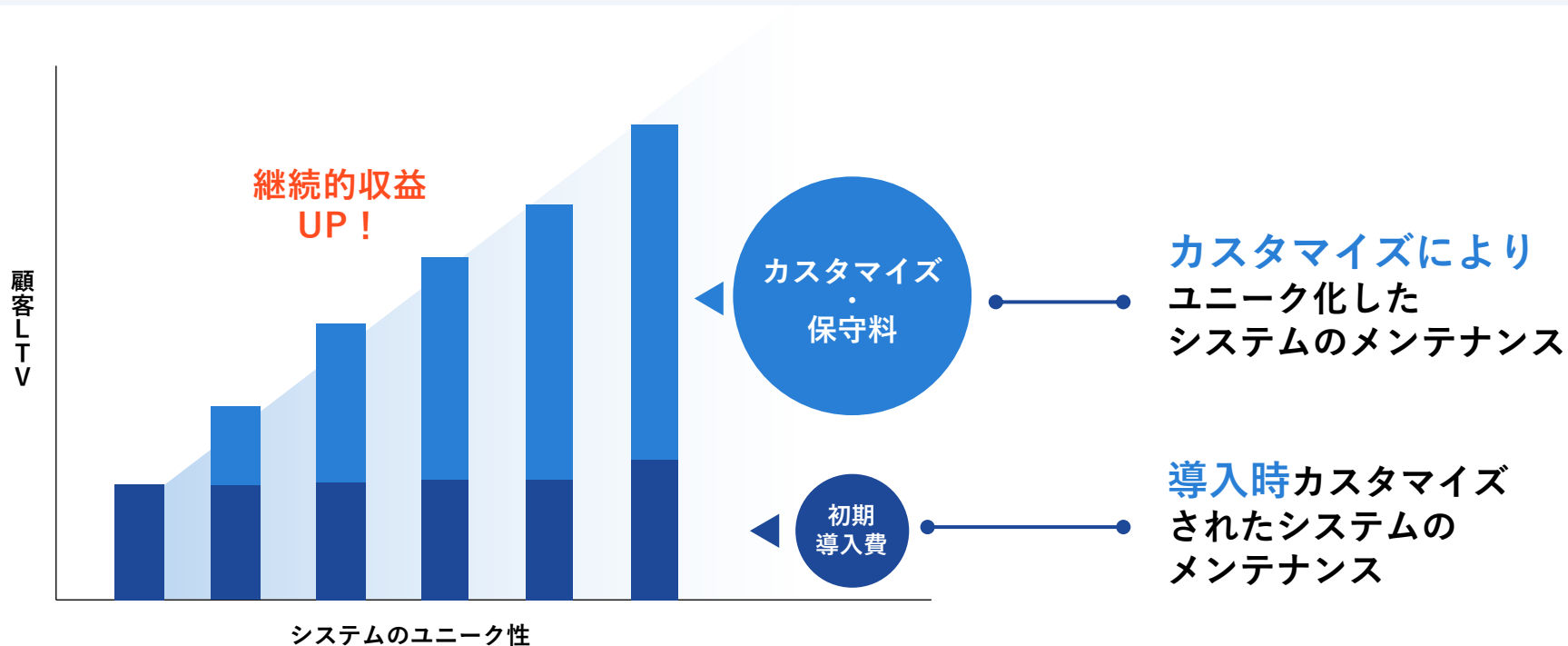
株式会社ソフトテル

事業内容



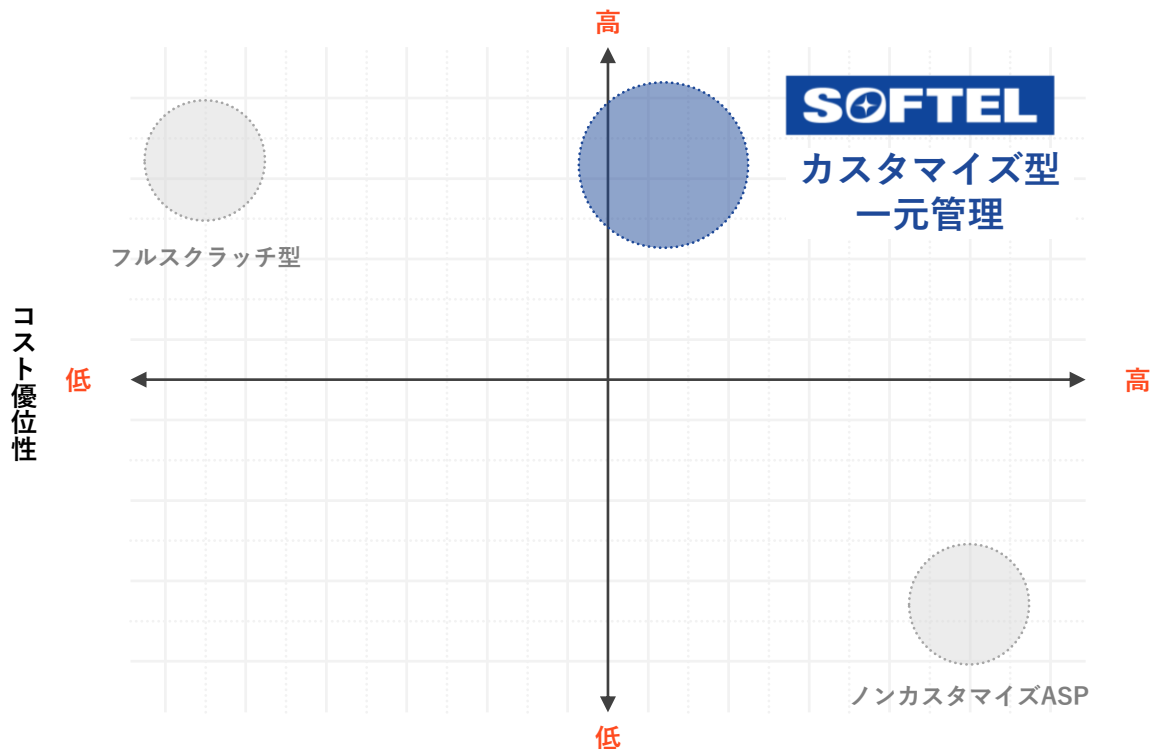
収益モデル

平均年3.7回の追加カスタマイズ開発、それに伴う保守料の増加により、継続的な収益の向上と顧客LTV向上が見込まれる。



ポジショニング

拡張性・カスタマイズ性



高いカスタマイズ性と豊富な実績で、**肥大化する業務の効率化**を実現。基幹システム、POSシステムとの接続にも対応し、**国内大手・中堅企業を中心に収益性向上を促進**。ベースである通販する蔵のアップデート、クライアントの継続的利用に伴う多様で高度な要望に答えてきた今までのノウハウの蓄積により、**高い拡張性とカスタマイズ性**がありながら、**高コストとまらないポジショニング**を確立。